

แรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของ
พนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

บุญตรง กระจ่างนำ

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเงินและการธนาคาร)

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

MOTIVATION AND IMAGE OF SERVICE PROVIDERS WHICH INFLUENCE THE
TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF INTERNET TRANSACTION OF PERSONNEL IN
PRIVATE COMPANY IN BANGKOK

BOONTRONG KRACHANGNAM

A INDEPENDENT STUDY PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY IN
PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(FINANCE AND BANKING)

2018

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

แรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของ
พนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

Motivation and Image of Service Providers Which Influence the Technology Acceptance of
Internet Transaction of Personnel in Private Company in Bangkok

บุญตรง กระจำนำ kboontrong@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 425 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนาอธิบายถึงลักษณะบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่ทั่วไปและมีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 40,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนต่างกันมีการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และ ใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความสะดวกในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และ ความรับรู้ความเสี่ยง สามารถทำนายการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความเข้ากันได้ของระบบ ความรู้การใช้งาน และความไว้วางใจคุณภาพระบบ ไม่สามารถทำนายการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aimed to study the Motivation and Image of Service Providers which Influence the technology acceptance of internet transaction of personnel in private company in Bangkok. This research collected the information by the used of survey questionnaires; in the total of 425 copies. The explanation of

คำสำคัญ: ธุรกรรม, อินเทอร์เน็ต, , การยอมรับเทคโนโลยี

Abstract

each personality in the sample is sorted out by the used of descriptive statistic. As the result, most of the samples were women, at the average age of 30 – 40 years, graduating with bachelor degree, working as general staff, and having the salary of 20,000 – 40,000 Bath/month. Due to the result, it can be said that the differences in Sex, Age, Education, Career position, and Salary differently affect the technology acceptance of internet transaction. In addition, this research used inferential statistic to test the hypothesis by analyzing the multiple regression. The result can be said that Convenience of Use, Intention to Use and Perceived Risk can predict the technology acceptance of internet transaction of personnel in private company in Bangkok with the statistical significance of 0.05. While System Compatibility, Usability Knowledge and Quality System Trust cannot predict the technology acceptance of internet transaction of personnel in private company in Bangkok.

Keywords: *Transaction, Internet, Technology Acceptance,*

บทนำ

ปัจจุบัน การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตหรือธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทอย่างนัยสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจยุคใหม่ของประเทศ การทำธุรกรรมของประเทศทั้งแบบ B2B และ แบบ B2C จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตให้มีมาตรฐานเทคโนโลยีเพื่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในการใช้งานที่มีความมั่นคง ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ดังนั้นการพัฒนาพร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ตามแผนความต้องการ โครงสร้างพื้นฐานในด้านสารสนเทศ ที่เอื้อต่อการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนมีมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่มีความมั่นคงปลอดภัยและน่าเชื่อถือ จะมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของประชากรวัยทำงานของประเทศ เมื่อมีโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรองรับการใช้งาน ประกอบกับ Ecosystem พัฒนาเปลี่ยนแปลงไปมาก จะส่งผลให้มูลค่า E-Commerce ของประเทศในภาพรวมเติบโตแบบก้าวกระโดด จึงจำเป็นต้องสร้างความวางใจ “Trust” เพื่อให้ E-Commerce แข็งแรงมากยิ่งขึ้น (อัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย, 2560) ผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทุกๆด้านในการใช้ชีวิตของมนุษย์ และมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นทุกขณะทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำธุรกิจ (วัชรพล คงเจริญ, 2558 หน้า 1) การเพิ่มขึ้นในการยอมรับ

เทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเรื่องสำคัญของสังคมไทยปัจจุบัน สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) คาดว่า E-Commerce ในปี 2561 คิดเป็น 3,058,987.04 ล้านบาท ขยายตัว 8.76% จากปี 2560 สำหรับมูลค่า E-Commerce ในปี 2560 ส่วนใหญ่เป็นมูลค่าประเภท B2B คิดเป็น 59.56% รองลงมา เป็นมูลค่าประเภท B2C 28.89% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) , 2561) และการยื่นชำระภาษีสรรพากรทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2558 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 7.9 จากปีก่อนหน้า โดยการยื่นภาษีประเภทภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 67.9 ของการยื่นภาษีสรรพากรทั้งหมด (<https://www.etda.or.th/content/e-filing-and-e-reporting.html>, กล่าวอ้างกรมสรรพากร, 2562)

ข้อมูลการเพิ่มขึ้นของการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีแนวโน้มการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจด้านประโยชน์การใช้งานและความสะดวกในการใช้งาน รวมทั้งภาพลักษณ์ผู้ให้บริการในด้านความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบ และการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเลือกใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากสะดวกในการทำธุรกรรม (ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร, 2557 หน้า 1) ทว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสดยังเป็นเรื่องง่ายกว่า รวมทั้งทัศนคติความเชื่อของความกังวลเรื่องความเสี่ยง (ชนวรรณ สำนักกลาง, 2559 หน้า 2) อีกทั้งความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบการให้บริการยังส่งผลอย่างมากต่อการยอมรับธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต และความมั่นใจของประชาชนจะพิจารณาจาก กลุ่มเว็บไซต์ของบริษัทที่มีทั้งชื่อเสียง และฐานะทางการเงินที่ดีของบริษัทเจ้าของเว็บไซต์ (สัจชัย อุปะเดีย, 2553 หน้า 19)

ทั้งนี้สถาบันการเงินประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงระบบการเงินการธนาคารในยุคดิจิทัลสมัยใหม่ ระบบการเงินจะเชื่อมโยงถึงกันหมด (ธนาคารออมสิน , <https://www.gsb.or.th/GSB-Research>) มีความหลากหลายช่องทางทางการเงิน ประโยชน์และความสะดวกของเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตยังชักจูงให้ผู้บริโภคหันมาใช้เทคโนโลยีดังกล่าวเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างความวางใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตในแง่ของความปลอดภัย ความถูกต้องและความต่อเนื่องในการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าประชาชน อีกทั้งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/PruReg_HB/RiskMgt_Manual/Documents/IT_BestPractices-PhaseII.pdf)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจ และภาพลักษณ์ผู้ให้บริการ ของกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง

4. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของของกลุ่มตัวอย่าง

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร และ กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 3,041,195 คน (ข้อมูลสถิติ พ.ศ. 2559) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 425 คน จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้หลักการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (กฤษดา ตั้งชัยศักดิ์, 2559 หน้า 184) ระยะเวลาที่ศึกษา เมษายน พ.ศ. 2562 – พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลแนวทางการพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ
2. เป็นข้อมูลผู้ให้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ในการสร้างมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ
3. เป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านธุรกิจการให้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการเพื่อให้เกิดการนำไปใช้อย่างมีคุณภาพในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป
4. ได้ข้อมูลเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรทัย เลื่อนวัน (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษารวมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ กลุ่มตัวอย่าง คือข้าราชการ และ ลูกจ้างประจำ สังกัดกรมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ จำนวน 239 คน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานต่างกัน และ ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ประโยชน์ต่างกัน ส่วนงานที่ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศทุกด้าน

ภัทราม หามงคล (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

เกวรินทร์ ละเอียดสินันท์ (2557) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพ จำนวน 2609 ราย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการนำมาใช้งานจริงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมา คือ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งาน และการยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจที่จะใช้ ตามลำดับ

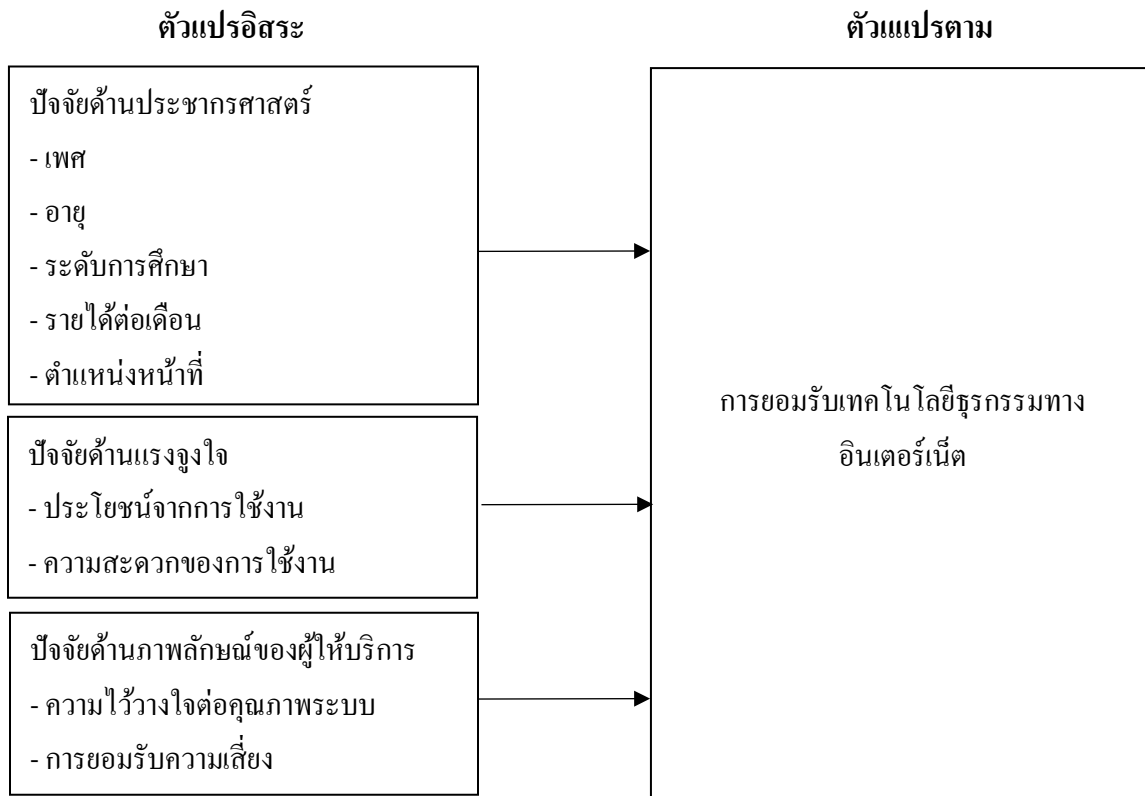
สุนันทา หลบภัย (2559) ศึกษาเรื่องเรื่องการรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 286 ตัวอย่าง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้านความตั้งใจในการใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์การใช้งานด้านความสะดวกและด้านความเข้ากันได้ของระบบ ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้านความตั้งใจในการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้านความรู้ ด้านความสะดวก ด้านความเข้ากันได้ของระบบ ปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัยด้านความไว้วางใจและด้านความเสี่ยง ตามลำดับ

พรชนก พลาบุญย์ (2556) ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มีความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ของรัฐบาลไทย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 370 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

ตัณชัย อุปะเดียง (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่ม

ตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตชำระเงินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยี เกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ และปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบการศึกษา ประชากรในการวิจัยเป็นประชากรแบบไม่จำกัด (Infinite Population) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าจากตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่คำนวณจากสูตร

ของ Yamane (กฤษดา, 2559, หน้า 184) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้ คือจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 425 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามปลายปิด (closed-ended question) ซึ่งมี 4 ส่วนใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้
ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นด้าน ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานและความง่าย ในการใช้เทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต โดยมีเนื้อหา จำนวน 17 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความเข้ากันได้ของระบบ ด้านความสะดวก ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต และด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นด้าน ปัจจัยการไว้วางใจและการยอมรับความเสี่ยง ในการใช้เทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต โดยมีเนื้อหา จำนวน 9 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการไว้วางใจต่อคุณภาพระบบ และ ด้านการรับรู้ถึงความปลอดภัย ด้านความเสี่ยง

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ การยอมรับการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต โดยมีเนื้อหา จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ประโยชน์การใช้งาน ความง่ายและสะดวกของการใช้งาน ความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบ และ การยอมรับความเสี่ยงจากการใช้งาน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเป็นดังนี้

1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านลักษณะส่วนบุคคล นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของปัจจัยตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม นำมาหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และวัดการกระจายโดยหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) อธิบายถึงความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง และความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติ T-Test และ One-Way ANOVA และ วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปรายละเอียดผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31– 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่ทั่วไปและมีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 40,000 บาท
2. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นด้วยต่อแรงจูงใจระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ความสะดวกในการใช้งาน รองลงมาคือ ความตั้งใจในการใช้งาน ความเข้ากันได้ของระบบ ส่วนความรู้การใช้งานระดับความเห็นด้วยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
3. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อภาพลักษณ์ผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นด้วยต่อภาพลักษณ์ผู้ให้บริการระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ความวางใจคุณภาพระบบ รองลงมาคือ ความรับรู้ความเสี่ยงมีความเห็นด้วยต่อภาพลักษณ์ผู้ให้บริการระดับเห็นด้วยปานกลาง
4. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นด้วยต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ประโยชน์การใช้งาน ความง่ายและสะดวกของการใช้งาน ส่วนความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบ และการยอมรับความเสี่ยงจากการใช้งานระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างการอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยปัจจัยแรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่จำกัดเฉพาะพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรทัย เลื่อนวัน (2555) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ กล่าวว่าเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศต่างกัน ผลการวิจัยนี้ยังพบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตต่างกัน สอดคล้องกับ ภัทรา มหามงคล (2554) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือแตกต่างกัน ส่วนลักษณะบุคคลด้านตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตไม่ต่างกัน สอดคล้องกับ สัตยชัย อุปะเดย์ (2553) เรื่องปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทและส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเข้าถึงการเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตได้เท่าเทียมกัน โอกาสในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตเพียงพอกัน

แรงจูงใจด้านประโยชน์ความสะดวกในการใช้งาน พบว่าความเข้ากันได้ของระบบไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับ พรชนก พลานุรักษ์ (2558) เรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย กล่าวว่าการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย สาเหตุของการไม่สอดคล้องเนื่องจากปัจจัยการเข้ากันได้ของระบบของการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีได้เน้นเฉพาะเจาะจงถึงธุรกรรมประเภทใดประเภทหนึ่งของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ พรชนก จำกัดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเจาะจงการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย

แรงจูงใจด้านประโยชน์ความสะดวกในการใช้งาน พบว่าความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สุนันทา หลบภัย (2558) เรื่องการรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าง่ายต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งานด้านความสะดวกมีผลต่อการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าการใช้ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต มีความสะดวก เพราะโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่มักจะอยู่กับตัวตลอดเวลา ประกอบกับระบบอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานได้ทุกที่และทุกเวลา

แรงจูงใจด้านประโยชน์ความสะดวกในการใช้งาน พบว่าความรู้การใช้งานไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สอดคล้องกับ สุนันทา หลบภัย (2558) เรื่องการรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าง่ายต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้านความรู้มีผลต่อการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ สาเหตุของการไม่สอดคล้องเนื่องจากผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลความง่ายในการใช้งานด้านความรู้การใช้งาน โดยไม่เจาะจงประเภทของการใช้งานของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการเก็บข้อมูลดังกล่าวในภาพรวมของการทำธุรกรรมอินเดิรต์เน็ต ในขณะที่ สุนันทา ชี้เฉพาะเจาะจงด้านการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภค

แรงจูงใจด้านประโยชน์ความสะดวกในการใช้งาน พบว่าความตั้งใจในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สุนันทา หลบภัย

(2558) เรื่องการรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้านความตั้งใจในการใช้งานมีผลต่อการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ และ ยังสอดคล้องกับ เกรวรินทร์ ละเอียตดีนันท์ (2557) เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าด้านความตั้งใจที่จะใช้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตในอนาคตอันใกล้ และหากสามารถเข้าใช้งานธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตได้ มีความตั้งใจจะใช้งานอย่างแน่นอน

ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการด้านความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบ พบว่าความไว้วางใจต่อคุณภาพระบบไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สุนันทา หลบภัย (2558) เรื่องการรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่าปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัย ด้านความไว้วางใจไม่มีผลต่อการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าระบบธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต เป็นระบบการบริการที่มีความน่าเชื่อถือเสมอ และเป็นระบบการบริการที่มีความถูกต้องเสมอ จึงไม่ส่งผลต่อการเพิ่มการยอมรับเทคโนโลยี

ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการด้านการยอมรับความเสี่ยง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ สัตยชัย อุปะเดียร (2553) เรื่องปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวว่าปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต และมีความคิดว่าการใช้งานธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยในระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยพบว่าความรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรม ทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือความตั้งใจในการใช้งาน ดังนั้น ภาครัฐ องค์กร และผู้ให้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องพัฒนา คຸ້ມครอง ส่งเสริมสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของผู้ตั้งใจจะใช้ระบบธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต ควรสร้างมาตรฐานของระบบที่เชื่อถือได้ มี

ความถูกต้องแม่นยำและความปลอดภัยเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกกังวลเมื่อต้องใช้ธุรกรรมผ่านระบบ ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต อีกทั้งจำเป็นต้องปรับปรุงระบบให้มีความสอดคล้องกับการใช้งานของผู้ใช้บริการ การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรที่จะศึกษาใน เขตจังหวัดอื่นๆครอบคลุมหัวเมืองใหญ่ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีธุรกรรม ทางอินเทอร์เน็ตอย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้ที่สนใจควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาด (7Ps) ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านความคุ้มค่าใน การใช้ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. *e-Filing and e-Reporting ปริมาณการยื่นแบบรายการชำระภาษีสรรพากรทางอิเล็กทรอนิกส์ประจำปี* ตามประเภทภาษี. <https://www.eta.or.th/content/e-filing-and-e-reporting.html>, กล่าวอ้าง กรมสรรพากร, 2560.
- กฤษฎา ตั้งชัยศักดิ์. (2559). *วิธีวิจัยธุรกิจ Business Research Methodology*. พิมพ์ครั้งที่ 2, ฉบับปรับปรุงแก้ไข. เกวรินทร์ ละเอียดดีนันทน์ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2559) *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. ในการประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัชฎาภรณ์ เคาเสถียร. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขต กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชภัค อโนทิพย์. (2556). *การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ Facebook*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- ชนวรรณ สำนักกลาง. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีการทางธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฝ่ายตรวจสอบความเสี่ยงและเทคโนโลยีสารสนเทศ. (xxxx). (https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/PruReg_HB/RiskMgt_Manual/Documents/IT_BestPractices-PhaseII.pdf) IT Best Practices. ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- พรชนก พลาบุลย์. (2558). *การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2554). ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่า ธุรกรรมที่กระทำขึ้น โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน. ราชกิจจานุเบกษาเล่ม 118/ ตอนที่112ก/ หน้า 26/ 4 ธันวาคม 2544.

ภัทรามหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วนิดา ตะนุรักษ์ นรพล จินันท์เดช และประยงค์ มีใจซื่อ. (2560). อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีก ไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

วัชรพล คงเจริญ. (2558). ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก. ([https://www.gsb.or.th/GSB- Research](https://www.gsb.or.th/GSB-Research)). สถาบันการเงินในยุค ดิจิตอล. ธนาคารออมสิน.

สัญชัย อุปะเด็ย. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลการตัดสินใจใช้ บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) กับ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เหมือนกันหรือไม่ อย่างไร. <https://ictlawcenter.etcha.or.th/faqs#> .

สุนันทา หลบภัย. (2558). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษา กรมการพัฒนาชุมชน ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อัจฉรินทร์ พัฒนพันธ์ชัย. (2560). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2560. <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/value-of-e-commerce-survey-2017.html> . เอกสารเผยแพร่ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).